Oggi parte la nuova campagna pubblicitaria di Kimbo

kimboframe960x1066-8-349bad4b

Oggi, venerdì 26 febbraio, parte la campagna pubblicitaria “Kimbo, una tazza di Napoli”, una nuova storia pronta a riaffermare il legame della marca con il proprio territorio di appartenenza, un racconto che ritrae una Napoli in grado di comunicare bellezza, cura ed eccellenza, ma anche l’internazionalità del brand rafforzando così tutto il saper fare della storica azienda partenopea riconosciuta in tutto il mondo. Dopo un anno così delicato come il 2020, Kimbo torna on air con una nuova campagna in grado di esprimere tutta la napoletanità e allo stesso tempo internazionalità della marca grazie al suo caffè riconoscibile in ogni angolo della terra. Uno straordinario racconto di 60’’ impattante e unico che entrerà nelle case degli italiani con la simbolica “Tazza di Napoli” attraverso le principali emittenti televisive per un totale di 900 passaggi tv e un importante investimento anche nella parte digital. Una scelta di media mix tra offline e online pensato soprattutto per raggiungere tutti i target di riferimento compresi i più giovani.Un ritorno importante da parte dell’azienda che vuole far emergere tutto il suo saper fare e la sua riconoscibilità nel mondo mettendo al centro la quotidianità di una “semplice” tazza di caffè.

La nuova campagna pubblicitaria di ampio respiro internazionale, sviluppata da Serviceplan Italia con la direzione creativa di Stefania Siani e la regia affidata a Federico Brugia, segna una svolta importante nel percorso della marca che lancia l’iconico slogan: “Kimbo. Una tazza di Napoli”con cui Kimbo entra nella vita delle persone ponendosi come simbolo di una Napoli autentica e aspirazionale, Sarà ancora una volta Serena Autieri a diffondere l’aroma di Kimbo come una musica, reinterpretando in modo dolce e ipnotico uno dei jingle più famosi della storia del marchio:la samba di “El Kimbo”. Serena Autieri, l’affascinante attrice che dal 2018 è ambassador del brand simbolo del caffè di Napoli nel mondo, accompagnerà il pubblico con la sua voce e la sua immagine in questo viaggio che tocca i 4 angoli del globo. La testimonial, molto apprezzata dal pubblico italiano, condivide con l’azienda le origini napoletane e una vera e propria passione per il caffè. L’acme della storia è il grande viaggio in giro per il mondo, dove ogni tazza di caffè Kimbo è in grado di portare tutto il gusto di Napoli nella vita

di chi lo beve per raccontare l’anima napoletana e il saper fare della marca in grado di interpretare il gusto di tutti.

Il film riesce a raffigurare perfettamente l’eccellenza della cultura del caffè che in Kimbo ha radici profonde ed è tra le migliori espressioni della tradizione napoletana. Talento imprescindibile di questo saper fare è certamente quello della tostatura, così unica da rendere il caffè Kimbo riconoscibile al gusto e famoso in tutto il mondo: si tratta di un’arte antica tipicamente partenopea di cui Kimbo è custode da quasi 60 anni.È proprio la tostatura che consente a Kimbo di imprimere a fuoco in ogni chicco l’anima di Napoli. Al centro di una campagna di comunicazione integrata che sarà promossa in continuità per tutto il 2021, il nuovo spot sarà veicolato in formati da 30” e 60” con un lancio di alto impatto mediatico e di forte risonanza sulle principali reti tv nazionali e sul web dal 26 febbraio al 21 marzo.

Un lancio da oltre 900 passaggi tv, di cui oltre il 30% concentrati nel primo weekend di lancio,una quota di prime time del 52% e un investimento lordo di 11.000.000€. Tra le emittenti tv previste Rai, P80, Digitalia, Cairo, Dme, Sky Pay, Sky Free. Parallelamente, sul web il nuovo spot rientrerà all'interno di una pianificazione video e display finalizzata alla conquista di un target metropolitano, giovane e dalla forte esigenza di sperimentazione. Una campagna digital del valore di oltre 250.000 € con un planning a supporto del lancio in tv e un presidio dei principali broadcaster online, tra cui: Premium News, Corriere News, La7, Ilsole24, Sky Tg24, Sky Sport, Mediaset Play, Rai Play, Discovery+, Youtube.

Il nuovo spot introduce una nuova fase nella storia del brand e stabilisce con orgoglio il ruolo di Kimbo come autentico ambasciatore del caffè di Napoli del mondo, forte di una storia e di un’esperienza senza eguali. Oltre alla versione integrale, lo spot sarà trasmesso anche in versioni funzionali incentrate sulle varie linee di prodotto.